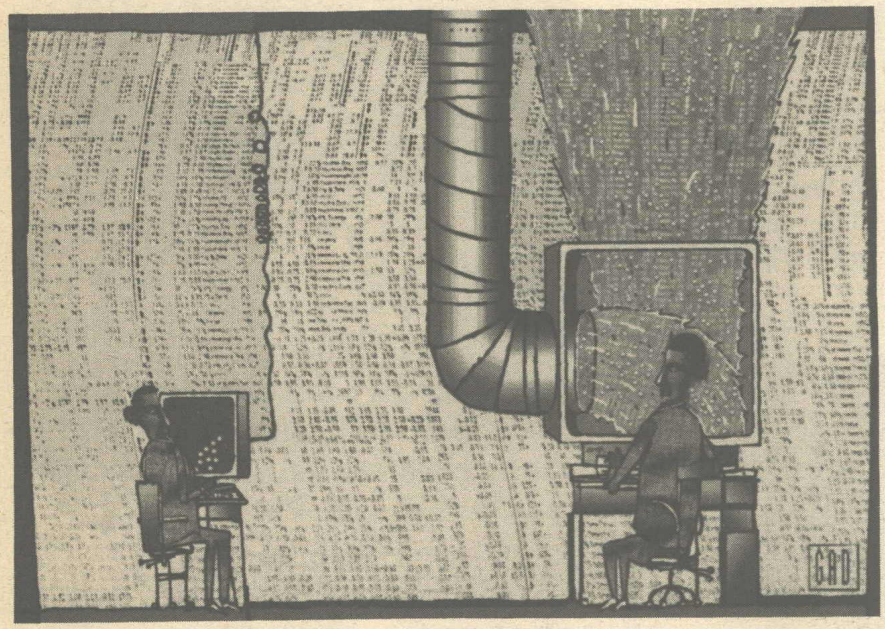
**เรื่องน่าอ่าน**

วิเชษฐ์ ธรรมรุ่งพิทักษ์

# กลยุทธ์บริหารงานขาย ยุค IT เรืองอำนาจ



***ช่วยแนะนำแนวทางที่ดีให้กับคุณได้โดยการนำเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยในการจัดการและบริหารงาน***

การได้มาซึ่งชัยชนะอันดับหนึ่งนั้นทำไม่ยาก แต่จะรักษาอันดับหนึ่งให้อยู่กับธุรกิจของเราตลอดไปนั้นมันยาก คือคำโฆษณาคำหนึ่งทางโทรทัศน์ที่เราได้ยินได้ฟังกัน ผมว่าการได้มาซึ่งชนะชัยนั่นก็ยากพอ ๆ กับการรักษาอันดับให้อยู่ในตลาดได้ นักบริหารการตลาดและการขายเขามีกลยุทธ์ร้อยแปดพันประการที่จะสนับสนุนคำ ๆ นั้น เริ่มจากเขาจะต้องเริ่มวางแผนทางธุรกิจ วางแผนการตลาด วางแผนการขาย จากนั้นเริ่มที่จะทดสอบแผนเมื่อเข้าสู่ตลาด มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงแผนให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง แต่เป็นที่น่าสังเกตว่าหลายองค์กรกลับไม่ให้ความสนใจกับข้อมูลการขายที่กระจัดกระจายอย่างสับสนในหน่วยงานขายและการตลาด ถามว่ามันคืออะไร มันคือข้อมูลที่พนักงานขายคนนั้น ๆ ได้ไปรับรู้มา ได้ไปประสบมา

เริ่มจากไปพบกับลูกค้าแลกเปลี่ยนนามบัตร พูดคุยเจรจาธุรกิจ สมองของพนักงานขายจะประมวลผลทันทีว่าลูกค้ารายนั้นมีบุคลิกลักษณะอย่างไร และนิสัยใจคอเป็นอย่างไร พยายามสังเกตสัญญาการซื้อตามที่ได้ร่ำเรียนมา ข้อมูลต่าง ๆ ทั้งหมดเก็บอยู่ใน RAM ของสมองขณะนั้นทันที กลัวว่าจะลืมจึงบันทึกการติดต่อนั้นลงไปในฮาร์ดดิสค์ของตัวเองที่พกพาไปด้วยคือสมุดไดอารี กลับบริษัทรายงานเจ้านายด้วยคำพูด เขียนรายงานสรุป หัวหน้างานขายนำข้อมูลไปประมวลผล ไปพบลูกค้าอีกครั้งเพื่อเจรจาธุรกิจต่อ แล้วทำตามกระบวนการเดิม เมื่อถึงวันหนึ่งที่พนักงานขายลาออก แน่นอนว่าเขาจะไปพร้อมกับสมุดไดอารีและนามบัตรเพราะนึกว่าเป็นสมบัติส่วนตัว พนักงานขายคนใหม่เข้ามารับช่วงด้วยข้อมูลที่ค่อนข้างว่างเปล่า หัวหน้างานขายบอกว่าไม่เป็นไรเริ่มต้นกันใหม่ เมื่อพนักงานขายคนใหม่ไปพบลูกค้าเพื่อประสานงานต่อก็จะถูกลูกค้าต่อว่ามาว่าไม่มีการประสานงานที่ดีเลย ต้องเริ่มเจรจากันใหม่ ลูกค้าหมดอารมณ์เจรจาบอกว่าให้มาติดต่อคราวหน้าก็แล้วกัน

สิ่งเหล่านี้มักเกิดกับกระบวนการขายในบ้านเราเสมอ ๆ คุณคงไม่อยากให้ปัญหานี้เกิดกับองค์กรของคุณ บทความนี้ช่วยแนะนำแนวทางที่ดีให้กับคุณได้โดยการนำเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยในการจัดการและบริหารงาน

## ฐานข้อมูลกลุ่มลูกค้ามุ่งหวัง

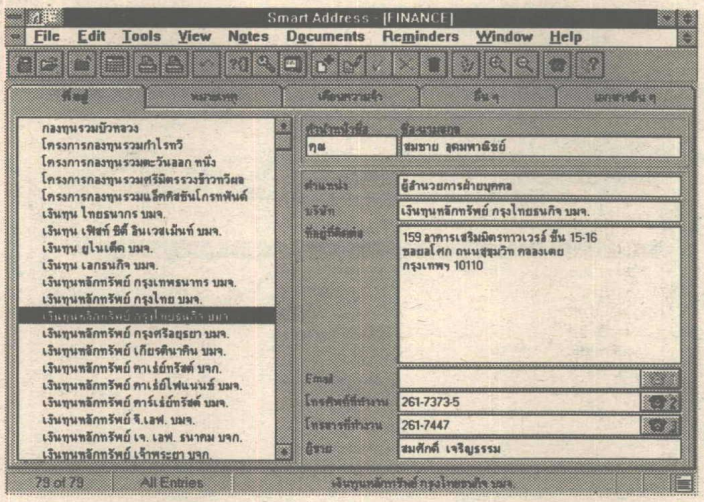
กลุ่มลูกค้ามุ่งหวัง (Prospect Customer) เป็นสิ่งที่งานการตลาดและการขายจะต้องสรรหาข้อมูลนั้น ๆ มาให้ได้ ทั้งนี้อาจจะมาจาก บริษัทจำหน่ายข้อมูล รายชื่อผู้ประกอบธุรกิจนั้น ๆ ตามหนังสือทำเนียบธุรกิจที่มีขายตามท้องตลาดทั่วไป หรือบุคคลที่อยู่ในข่ายลูกค้ามุ่งหวัง ข้อมูลเหล่านี้จะก่อให้เกิดกิจกรรมต่าง ๆ หลายอย่างด้วยกัน อาทิ การติดต่อทาง

โทรศัพท์ การติดต่อทางโทรสาร การติดต่อทาง E-Mail การติดต่อทางไปรษณีย์ การพบปะเจรจา เป็นต้น การติดต่อต่าง ๆ เหล่านี้จะต้องอาศัยข้อมูลพื้นฐานคือฐานข้อมูลกลุ่มลูกค้ามุ่งหวัง ในอดีตฝ่ายขายมักจะหารายชื่อกลุ่มลูกค้ามุ่งหวังเอง ผู้ขายจะบันทึกข้อมูลพื้นฐานที่สำคัญ เช่น ชื่อ-นามสกุล บริษัท ตำแหน่ง ฝ่าย/แผนก เบอร์โทรติดต่อ ข้อมูลการติดต่อหรือรายละเอียดที่พบปะเจรจากัน ข้อมูลเหล่านี้มักจะถูกบันทึกไปในสมุดไดอารีของผู้ขายแต่ละรายไป รายละเอียดเหล่านี้ผู้ขายจะต้องสรุปข้อมูลไปยังหัวหน้างานขาย เป็นรายสัปดาห์ รายเดือน หรือรายไตรมาส การบริหารงานข้อมูลเช่นนี้ย่อมก่อให้เกิดผลเสียด้วยกันหลายประการ อาทิ ชื่อที่อยู่ของกลุ่มลูกค้ามุ่งหวังสูญหาย ลืมบันทึกข้อมูลลงสมุดโน้ต ใช้เวลามากในการสรุปงานขายให้หัวหน้างานขายหรือจัดทำสติกเกอร์ติดหน้าซองเอกสารจัดส่งเพื่อข่าวสารผลิตภัณฑ์ ส.ค.ส ปีใหม่ การ์ดอวยพรวันเกิด หรือการ์ดอวยพรวันสำคัญประจำปี

ปัจจุบันได้มีการนำเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยในการบริหารงานในกิจกรรมต่าง ๆ เหล่านี้ได้เป็นอย่างดียิ่ง ทั้งตอบสนองในการลดต้นทุนเรื่องเวลา เพิ่มประสิทธิภาพเรื่องความถูกต้อง ความปลอดภัย ความแม่นยำของข้อมูล เริ่มจากการป้อนข้อมูลกลุ่มลูกค้ามุ่งหวังลงสู่ระบบ ประกอบไปด้วย คำนำหน้าชื่อ ชื่อ-นามสกุล บริษัท/ห้าง/ร้าน ตำแหน่ง ฝ่าย/แผนก กลุ่มธุรกิจของบริษัท/ห้าง/ร้าน เบอร์โทรศัพท์ โทรสาร โทรศัพท์เคลื่อนที่ วิทยุติดตามตัว E-Mail ระบบจะต้องสนับสนุนการบันทึกชื่อ-นามสกุลได้หลายคน เพราะบางครั้งการติดต่อกับหน่วยงานนั้น ๆ อาจจะต้องติดต่อกับบุคคลหลายคนด้วยกัน เช่น ติดต่อกับฝ่ายจัดซื้อ ติดต่อกับฝ่ายการเงิน ติดต่อกับฝ่ายบุคคล สรุปง่าย ๆ คือหนึ่งบริษัท ป้อนข้อมูลบุคคลติดต่อได้หลายคน

## บริหารที่อยู่สำคัญไฉน

ที่อยู่ลูกค้าระบบซอฟต์แวร์ทั่วไปมักจะละเลยความสำคัญตรงนี้เป็นอย่างมาก เพราะจะจัดเก็บข้อมูลที่อยู่เป็น Field เดียว มันไม่เกิดประโยชน์เลยสำหรับการบริหารงานขายถ้าคุณต้องการแบ่งเขตการขาย เช่น ลูกค้าที่อยู่จังหวัดกรุงเทพมหานครแบ่งตามเขตหรือแบ่งตามจังหวัด ระบบจะช่วยคุณจัดเก็บที่อยู่อย่างมีคุณภาพ โดยแบ่งเป็น Field ย่อย ๆ ดังนี้ บ้านเลขที่ ตรอก/ซอย ถนน ตำบล/แขวง อำเภอ/เขต จังหวัด รหัสไปรษณีย์ การแบ่งข้อมูลที่ละเอียดเช่นนี้อาจจะทำให้คุณรู้สึกไม่สะดวกในการบันทึกข้อมูลลงสู่ระบบ แต่ก็ต้องลองคิดถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับจากข้อมูลเหล่านี้ดูว่ามากมายมหาศาลเพียงไร เริ่มจากรายงานการขาย แบ่งตามจังหวัด แยกตามอำเภอ แยกตามตำบล รวมสรุปเป็นภูมิภาค ค้นหาเส้นทางที่จะเดินทางไปพบลูกค้าโดยใช้เวลาเดินทางน้อยที่สุดแต่ได้พบลูกค้ามากที่สุด เพราะฉะนั้นคุณไม่ควรแลกกับเวลาเพียงเล็กน้อยกับข้อมูลอันทรงพลานุภาพได้เลย ซึ่งจะช่วยให้คุณไม่ต้องเสียเวลาป้อนชื่อบริษัท/ห้าง/ร้าน ที่อยู่ อีกครั้งหนึ่ง




## ประวัติย่อลูกค้า

ประวัติย่อลูกค้าใครว่าไม่สำคัญ ผมคนหนึ่งละที่ไม่เห็นด้วย ประวัติย่อลูกค้าถือเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งสำหรับผู้ขาย คุณควรจะสืบทราบข้อมูลเบื้องต้นเท่าที่จะทำได้ว่าลูกค้าคุณอายุประมาณเท่าไร การศึกษา เพศ ภูมิลำเนา อุปนิสัยใจคอ สถานภาพทางการสมรส (ส่วนมากได้มาจากการสังเกตและพบปะเจรจา) ข้อมูลเหล่านี้จะทำให้ผู้ขายทราบข้อมูลเบื้องต้นของลูกค้าเพื่อที่จะได้ปรับตัวให้ทันตอนเข้าพบ เช่น ลูกค้าคนนี้เป็นคนอายุประมาณ 35 ปี ยังโสด ชอบทานอาหารจีนหรืออาหารไทย จบการศึกษาปริญญาตรีจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นคนอารมณ์ดียิ้มแย้มแจ่มใส ไม่ชอบพูดอ้อมค้อมพูดจาตรงไปตรงมา หรือลูกค้าคนนี้พูดจาเสียงดัง ชอบคุยโว ชอบดูพระ ชอบตีกอล์ฟ ข้อมูลเหล่านี้เป็นประโยชน์มากทีเดียวสำหรับงานการติดต่อแบบประชิดตัว

ระบบคอมพิวเตอร์สามารถบันทึกข้อมูลพื้นฐานเหล่านี้ให้คุณได้ประหนึ่งลับอาวุธการขายให้คมอยู่เสมอ

## เก็บรูปภาพและนามบัตร

อาวุธในการติดต่อทางสังคมที่สำคัญในปัจจุบันนี้คือนามบัตร ผู้ขายโดยส่วนมากจะได้รับนามบัตรจากลูกค้าขณะเข้าพบเพื่อเจรจาธุรกิจ นามบัตรเหล่านี้นับวันนับปีจะมากขึ้นเป็นทวีคูณ และโดยส่วนมากนามบัตรเหล่านี้จะถูกเก็บไว้ในกล่องนามบัตรส่วนกลางของฝ่าย หรือเก็บเป็นส่วนตัวของผู้ขายนั้น ๆ แล้วแต่นโยบายของแต่ละองค์กร นามบัตรเหล่านี้มีประโยชน์ในการดูเพื่อความเตือนความจำในบุคลิกนั้น ๆ ของลูกค้า สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จะยุ่ง

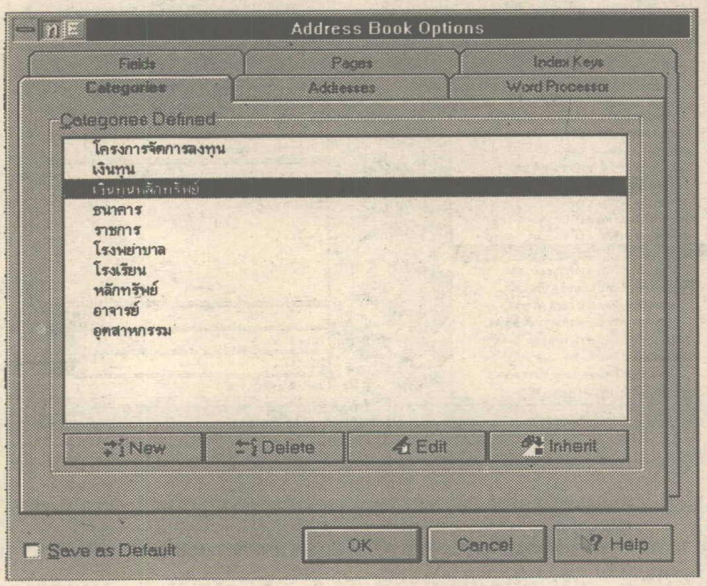
ยากมากถ้าต้องค้นหาชื่อลูกค้าหนึ่งคนในกล่องนามบัตรที่มีกว่าร้อย ๆ ใบ หรือจัดพิมพ์ชื่อที่อยู่เพื่อจัดส่งเอกสาร และปัญหาอีกประการหนึ่งที่จะพบคือนามบัตรหาย หรือถูกนำไปพร้อมกับผู้ขายตอนลาออกจากงานแล้ว ระบบต้องสนับสนุนการ Scan นามบัตรเพื่อตรวจสอบหรือค้นหาได้ ส่วนรูปภาพนั้นถ้าสามารถหามาบันทึกโดยการ Scan เข้าสู่ระบบได้ก็จะดียิ่ง แต่ส่วนมากแล้วเป็นไปได้ยากที่เราจะได้รูปภาพลูกค้าเมื่อเข้าพบเพื่อเจรจาธุรกิจ เพราะหากได้รูปภาพนั้นมาก็สามารถที่จะ Scan เก็บเพื่อเรียกดูภายหลัง ทำให้ผู้ขายจดจำบุคคลนั้นได้เร็วยิ่งขึ้น (ในปัจจุบันนามบัตรที่มีรูปภาพยังไม่เป็นที่แพร่หลายนัก)

## บันทึกการติดต่อ

บันทึกการติดต่อส่วนนี้เป็นสิ่งที่สำคัญไม่น้อยกว่าส่วนใด โดยส่วนมากผู้ขายที่ออกไปพบลูกค้าจะมีการพูดคุยเพื่อเจรจาธุรกิจในเรื่องต่าง ๆ มากมาย ผู้ขายจะทำการบันทึกความจำเหล่านั้นลงสมุดไดอารีของตนเอง กับลูกค้า 1-2 รายซึ่งอาจจะไม่มีปัญหาในการบันทึกเท่าไร แต่หากเป็น 10-100 รายแล้วคงสับสนไม่น้อยทีเดียว ระบบช่วยคุณได้ตั้งแต่บันทึกวันที่คุณติดต่อลูกค้าครั้งแรก ลักษณะการติดต่อ อาทิ โทรไป โทรมา ไปพบ มาพบ ส่งแฟกซ์ รับแฟกซ์ บันทึกรายละเอียดที่เจรจาในครั้งนั้น ชื่อลูกค้าที่คุณติดต่อด้วย ชื่อผู้ขายที่ติดต่อ วันที่ติดต่อ ระบบจะต้องสนองข้อมูลคุณในเชิงสารสนเทศได้ด้วยการสอบถามเพื่อออกรายงาน เช่น ต้องการสอบถามว่าผู้ขาย (นายสมชาย) สัปดาห์นี้ เดือนนี้ ติดต่อลูกค้ารายใหม่กี่ราย ติดต่อลูกค้ารายเดิมบ้างหรือไม่ ความถี่ในการติดต่อเป็นอย่างไร ลูกค้าติดต่อกลับมากี่ราย ความถี่เป็นอย่างไร ข้อมูลเหล่านี้เราสามารถนำมาวิเคราะห์งานขายได้

## บันทึกการส่งเอกสาร

บันทึกการส่งเอกสารใครว่าไม่สำคัญ สำคัญทีเดียวถ้าคุณจะต้องส่งเอกสารคราวละมาก ๆ หรือเลือกกลุ่มที่คุณจะส่งเอกสาร หากไม่มีการบันทึกเป็นประวัติการส่งเอกสารคุณอาจจะนึกไม่ได้ว่าเอกสารฉบับนี้ฉบับนั้นส่งไปให้ใครบ้าง หรือลูกค้ารายนี้เราได้จัดส่งเอกสารอะไรให้เขาบ้าง




## เทคโนโลยี Imaging และ FAX Modem

การนำเทคโนโลยี Imaging และ FAX Modem มาช่วยบริหารงานขายจะเพิ่มพลานุภาพงานขายในเรื่องความรวดเร็วมากยิ่งขึ้น เริ่มจากคุณ Scan เอกสารสำคัญต่าง ๆ ลงสู่ระบบ อาทิ โบว์ชัวร์ เอกสารสนับสนุนการขายต่าง ๆ ขณะที่คุณต้องการจะส่งเอกสารสำคัญต่าง ๆ เหล่านั้นให้ลูกค้า คุณเพียงแต่เลือกเอกสารที่ต้องการ เลือกกลุ่มลูกค้าที่คุณจะส่ง ส่งข้อมูลเหล่านั้นผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ของคุณโดยผ่าน FAX Modem ระบบจะจัดการทำหัวแฟกซ์ หัวข้อเรื่อง Attention, CC, วันที่ส่งเอกสาร จำนวนหน้าเอกสาร และจัดการหมุนเบอร์แฟกซ์ให้คุณเสร็จ โดยจะเวียนไปเรื่อย ๆ จนครบพร้อมรายงานให้คุณทราบว่าส่งให้ในวันและเวลาใด ลูกค้ารายใดที่ยังจัดส่งไม่ได้ (อาจจะสายแฟกซ์ไม่ว่างหรือมีปัญหา)

## เตือนความจำ

ระบบช่วยความจำนี้เป็นส่วนที่ช่วยเหลือในการเตือนความจำของผู้ขายที่จะทำกิจกรรมใด ๆ ในอนาคต เช่น อีก 5 วันจะโทรไปอีกครั้ง พรุ่งนี้จะส่งเอกสารฉบับนั้น ๆ ไปให้ วันที่ 15 จะไปพบ เป็นต้น ระบบจะช่วยเตือนว่ากิจกรรมเหล่านี้คุณทำแล้วหรือยัง โดยคุณสามารถเลือกล่วงหน้าได้ว่าจะได้เตือนล่วงหน้ากี่วันและให้เตือนวันละกี่ครั้ง หรือกี่นาที ชั่วโมงเตือน 1 ครั้ง และยังสามารถสอบถามกิจกรรมที่คุณยังไม่ทำทั้งหมดทั้งในวันนี้และช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง เช่น ค้นหากิจกรรมที่ยังไม่ทำตั้งแต่วันนี้ถึงสิ้นสัปดาห์หน้า

## วันสำคัญของลูกค้า

วันสำคัญของลูกค้าก็เป็นหนึ่งในกลยุทธ์ทางการขายที่ผู้ขายยุคใหม่ควรจะใส่ใจให้มาก อาทิ วันเกิด วันเลี้ยงฉลองบริษัท กลยุทธ์นี้ส่วนมากจะพบได้ในธุรกิจประกันชีวิตที่ตัวแทนประกันจะส่งการ์ดอวยพรวันเกิดเพื่อสร้างความประทับใจให้ลูกค้า แน่นอนหากคุณสามารถบริหารเวลาได้ว่าไปรษณีย์จะใช้เวลานำสารนั้นไปถึงในกี่วัน คุณจะได้ส่งถึงมือผู้รับก่อนล่วงหน้า 1 วัน หรืออาจจะรับตรงกับวันสำคัญพอดีบพอดี ระบบจะช่วยเก็บข้อมูลสำคัญต่าง ๆ เหล่านี้ให้คุณ ทั้งนี้เพื่อสอบถามล่วงหน้าได้ เช่น ค้นหาลูกค้าที่มีวันเกิดในอีก 2 สัปดาห์ล่วงหน้า

## โน้ตข้อความต่าง ๆ

โน้ตข้อความต่าง ๆ เป็นส่วนที่ระบบให้คุณป้อนข้อมูลต่าง ๆ ลงไปในลักษณะ Word Processing ส่วนนี้ซอฟต์แวร์ระบบจะต้องมี ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ใช้งานป้อนข้อมูลอิสระได้นอกเหนือจากที่ระบบให้มา

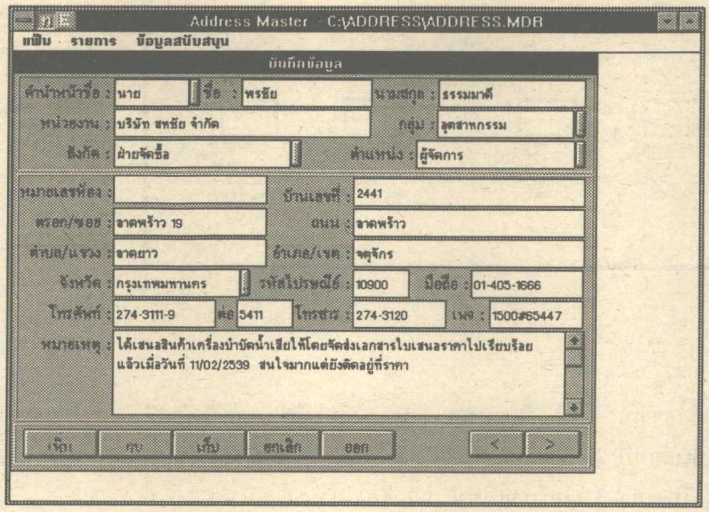
## ระบบความปลอดภัยของซอฟต์แวร์ระบบและฐานข้อมูล

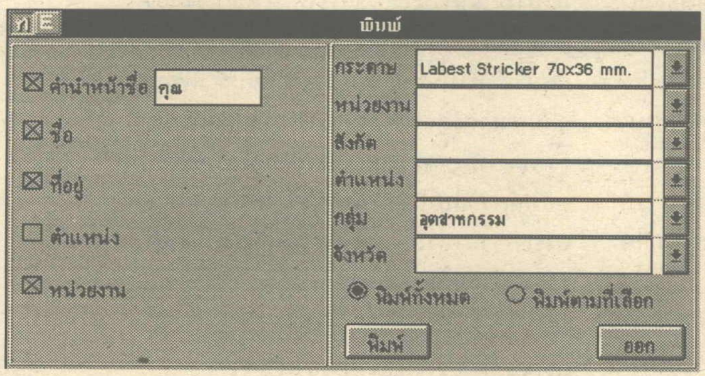
ความปลอดภัยทุกคนทราบดีว่าคือสิ่งที่จะมองข้ามไม่ได้เลย ระบบสามารถกำหนดชื่อผู้ใช้งาน (User) ให้รหัสผ่านสำหรับผู้ใช้ (Password) ให้สิทธิการใช้งาน อาทิ สิทธิเพิ่มข้อมูล ลบข้อมูล แก้ไขข้อมูล ทั้งยังสามารถตรวจสอบได้ว่าใครเข้าไปแก้ไขข้อมูลในส่วนใดบ้างเพื่อจะได้ทราบว่าข้อมูลที่เปลี่ยนแปลงไปนั้นใครเป็นผู้กระทำ ความปลอดภัยในฐานข้อมูลขึ้นอยู่กับชนิดของฐานข้อมูลนั้น ๆ ว่ามีระบบการป้องกันดีกว่ากันอย่างไร ฐานข้อมูลมีให้คุณเลือกมากมายในท้องตลาดตามแต่กำลังทรัพย์ อาทิ Oracle, Informix, Sybase, MS SQL Server หรือแม้แต่ฐานข้อมูลที่คุณไม่ต้องเสียเงินซื้อ เช่น DBF, MS Access

## ระบบรายงานต่าง ๆ

ซอฟต์แวร์ระบบที่ดีนั้นสำคัญตรงข้อมูลดิบที่คุณป้อนไปแล้วนั้นผ่านกระบวนการประมวล แล้วได้ผลสรุปออกมาในเชิงสารสนเทศได้ดีอย่างไร ระบบช่วยคุณวิเคราะห์งานขายได้หลายอย่างด้วยกัน อาทิ ความถี่ในการติดต่อลูกค้า ระยะเวลาการปิดงานขาย สาเหตุของการปิดการขายได้ สาเหตุของการปิดการขายไม่ได้ ลูกค้าที่ติดต่ออยู่เดิม ลูกค้าที่เพิ่มใหม่ประจำวัน เดือน ไตรมาส หรือปี ค้นหาบัญชีลูกค้าที่ผู้ขายรายนั้นรายนี้ติดต่ออยู่ ระบบรายงานต่าง ๆ เหล่านี้จะต้องมีตัวแปรในการสอบถามได้หลายรูปแบบด้วยกันเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริหารงานขาย การสอบถามเช่นนี้เราอาจจะเรียกมันได้ว่า Adhoc Query

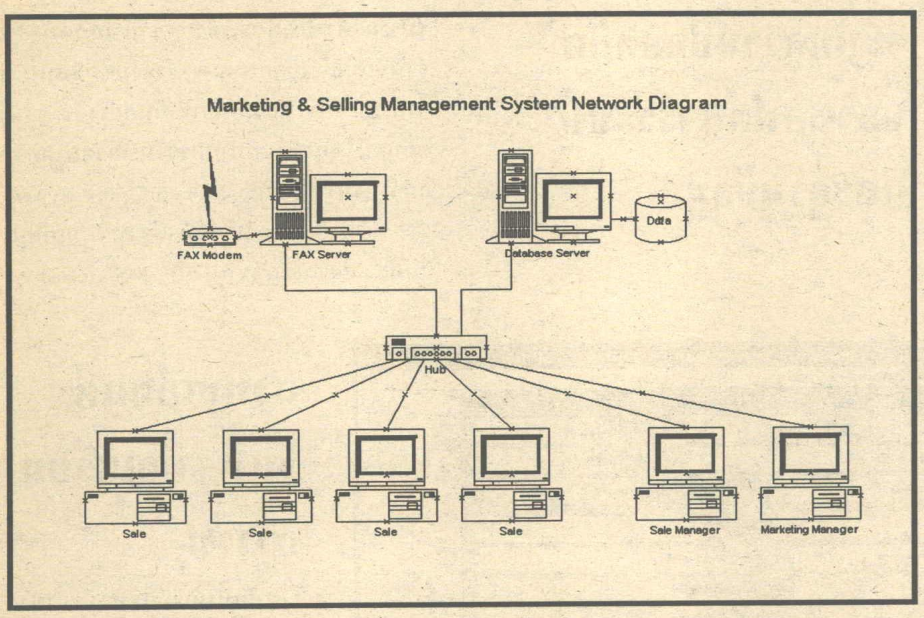
การแสดงผลในรูปแบบรายงานจะต้องสนับสนุนทั้งในแบบตารางและแบบกราฟเพื่อดูง่ายและสวยงาม




## ลงทุนเสียแต่วันนี้ เพื่อเตรียมการรบ

รูปแบบการบริหารงานขายและงานการตลาดยุคใหม่จะต้องนำเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์มาช่วยในการบริหารงาน คุณอาจคิดว่าจะคุ้มค่าหรือที่จะต้องซื้อระบบคอมพิวเตอร์มาใช้กับงานขายหรืองานการตลาด เพราะระบบงานเดิมก็ทำให้ธุรกิจของคุณมีกำไรที่งดงามอยู่แล้ว ถ้าคุณคิดเพียงแค่นี้ง่ายเกินไปเสียแล้ว คุณคงไม่ลืมว่าธุรกิจทุกวันนี้แข่งขันกันสูงมากจนกลยุทธ์ต่าง ๆ ที่มีร้อยแปดพันประการยังไม่เพียงพอที่จะชนะในธุรกิจนั้น ๆ ได้ หากคิดว่าการลงทุนกับการบริหารข้อมูลเป็นเรื่องที่เพิ่มต้นทุนแล้ว ลองคำนวณค่าต่าง ๆ เหล่านี้ ตั้งแต่พนักงานขายใหม่ของคุณไม่รู้ว่าลูกค้ารายนี้เป็นคนอย่างไร พนักงานขายเก่าพูดคุยอะไรไว้บ้าง นามบัตรลูกค้าพนักงานขายคนนั้นนำไปด้วยตอนลาออก หัวหน้างานขายต้องรอรับรายงานการขายเป็นเวลาที่กำหนด เช่น รายวัน รายสัปดาห์ รายเดือน พนักงานขายต้องเสียเวลาหลาย ๆ นาทีที่จะต้องสรุปงานขายให้กับหัวหน้างาน ปริมาณกระดาษรายงานที่เพิ่ม




มากขึ้นไปตามกาลเวลาที่องค์กรทำธุรกิจ กระดาษเหล่านั้นหากไปถึงมือคู่แข่งขันย่อมมีส่วนสร้างความเสียเปรียบให้กับธุรกิจขององค์กรได้ (บางทีอาจจะพบข้อมูลสำคัญบนถุงกล้วยแขก) ค่าเสียโอกาสและค่าเสียเวลาเหล่านี้หากคำนวณเป็นจำนวนเงินคงเป็นจำนวนไม่น้อยเลยทีเดียว แต่ถ้าคุณลงทุนเสียแต่วันนี้จะได้พลังความได้เปรียบและพลานุภาพจาก IT มากมาย

การลงทุนนั้นในการใช้งานนำระบบคอมพิวเตอร์มาใช้งานนั้นสามารถลงทุนได้ 2 แนวทางคือ

คอมพิวเตอร์เครื่องเดียวหรือ 1 User และคอมพิวเตอร์ระบบเครือข่าย (LAN) การใช้งานคอมพิวเตอร์เครื่องเดียวมีงบประมาณการลงทุนดังนี้ ไมโครคอมพิวเตอร์ 80486 หรือ Pentium สักเครื่อง RAM 8 MB FAX Modem ทำงานบน MS Windows 3.11 หรือ MS Windows 95 ราคาประมาณ 3 หมื่นกว่าบาท ราคาซอฟต์แวร์ที่พอหาได้ในทางตลาดราคา 1 พันกว่าบาท เท่ากับงบประมาณในแนวทางแรกใช้งบประมาณเพียง 3-4 หมื่นบาทเท่านั้นเอง

แนวทางที่สองคือใช้ระบบเครือข่ายที่มีจำนวน Users มากกว่า 1 คน จะต้องประกอบเครื่องแม่ข่าย 1 เครื่อง (Database Server) ที่ทำหน้าที่เก็บฐานข้อมูลลูกค้าทั้งหมด เครื่องบริหารงานการส่ง FAX (FAX Server) ซึ่งสองเครื่องแม่ข่ายนี้อาจจะรวมกันเป็นเครื่องเดียวกันก็ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปริมาณข้อมูล เครื่องคอมพิวเตอร์ลูกข่าย (Client) ตามแต่ลักษณะธุรกิจขององค์กรว่ามีต้องการมากน้อยเพียงไร ซอฟต์แวร์มีสนับสนุนการใช้งานมากกว่า 1 Users ราคาประมาณหลักหมื่นขึ้นไป สนนราคาก็ประมาณ 3-4 แสนบาท

## ซอฟต์แวร์ที่สามารถหาซื้อได้

ซอฟต์แวร์การบริหารงานขายและการตลาดนี้ในประเทศไทยพอหลายได้หลายยี่ห้อด้วยกัน แต่ส่วนมากที่ได้เคยทดสอบการใช้งานก็ยังไม่ตรงกับความต้องการของการขายเลยทีเดียว ส่วนมากแล้วจะเน้นไปที่เก็บแต่ชื่อที่อยู่เสียมากกว่า แต่ก็มีหลายองค์กรที่ให้โปรแกรมเมอร์พัฒนาขึ้นมาใช้ภายในองค์กรเอง โปรแกรมเหล่านี้ส่วนมากแล้วมีราคาไม่แพง ตั้งแต่หลักร้อยบาทถึงพันบาท ในลักษณะที่เป็นการใช้งาน 1 ผู้ใช้ (Stand Alone) หรือราคาพันบาทถึงหลายหมื่นบาทในลักษณะที่เป็นการใช้งานหลายผู้ใช้ (LAN)

โปรแกรมต่าง ๆ ที่ผมเคยได้สัมผัสการใช้งานก็มี DataSoft - Business Address, Address Master, Smart Address, IRC Pimex, Lotus Organizer, NamCard